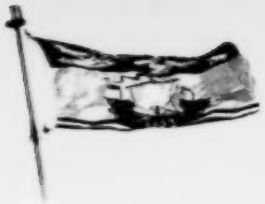

2003-2004

Annual Report

New Brunswick
Farm Products
Commission

Rapport annuel

Commission
des produits de
ferme du
Nouveau-Brunswick

New Nouveau Brunswick CANADA

2003-2004

Annual Report

New Brunswick
Farm Products
Commission

Rapport annuel

Commission
des produits de
ferme du
Nouveau-Brunswick

New Nouveau
Brunswick
CANADA

October 6, 2004

The Honourable David Alward
Minister of Agriculture, Fisheries & Aquaculture
Province of New Brunswick
P.O. Box 6000
Fredericton, NB E3B 5H1

Dear Sir:

On behalf of the New Brunswick Farm Products Commission, I have the honor to submit the Annual Report for the period April 1, 2003 to March 31, 2004.

Respectfully submitted,

Hazen Myers
Chairman

TABLE OF CONTENTS

History of the Commission	2
Mandate	3
Vision and Mission	4
Strategic Direction Initiatives	5
Duties and Responsibilities of the Commission	6
Members and Officials of the Commission	7
Activities of the Commission during the year 2002-03	8
Finances	16
National Farm Products Council	17
Dairy Industry - National Perspective	17
National Supply-Management Agencies	19
Chicken Farmers of Canada	19
Canadian Turkey Marketing Agency	19
Canadian Egg Marketing Agency	20
Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency	20

FARM PRODUCTS COMMISSION

ANNUAL REPORT 2003-2004

History of the Commission:

The predecessor of the Farm Products Commission was the New Brunswick Marketing Board, which operated under an *Act to Promote the Production, Marketing and Distribution of Natural Products*. The Board, which reported to the Premier, was responsible for products of agriculture and/or of the forest, sea, lake or river and any article of food or drink, wholly or partly manufactured or derived from any such product.

On April 2nd, 1937, this Act was repealed, and replaced by the *Natural Products Control Act*, which provided for the establishment of marketing boards. The new supervisory board was called the *Natural Products Control Board* and reported to the Minister of Agriculture. On August 11, 1971, the New Brunswick Forest Products Commission was established under the *Forest Products Act*. Powers and duties of the Natural Products Control Board pertaining to Forest Products Marketing Boards were assigned to the New Brunswick Forest Products Commission.

In 1976, it was decided to remove fishery products from the Act and place them under separate legislation. This removal resulted in the development of a new Act, the *Farm Products Marketing Act*, which came into force on May 15, 1977. The Farm Products Marketing Commission was established pursuant to this legislation and held its first meeting on May 16, 1977. A number of amendments to the Act have been made since 1977, the most significant being in the 1985 session of the Legislature. These amendments provided for the transfer of responsibilities from the Dairy Products Commission to the Farm Products Marketing Commission, as well as the establishment of a Farm Products Appeal Panel to deal with pricing disputes between marketing boards, dealers, processors and consumers.

In March 1999, the *Natural Products Act* was introduced into the Legislature. This Act, which came into force April 15, 1999, replaced the following Acts:

- The Farm Products Marketing Act;
- The Farm Products Boards and Marketing Agencies Act;
- The Imitation Dairy Products Act
- The Natural Products Grades Act;
- The Dairy Products Act;
- The Dairy Industry Act; and
- The Potato Development and Marketing Council Act.

The *Natural Products Act* defines the scope of government regulation in the marketplace as it pertains to:

- The orderly marketing of food and forest products; and
- Food inspection which will be managed in conjunction with the Department of Health and Wellness under the Health Act.

The *Natural Products Act* provides:

- Flexibility to producer organizations with respect to naming their organizations;
- For the establishment of commodity development councils to encourage discussion between producers and other sectors of the industry on matters of mutual interest in an informal forum;
- For the establishment of promotional agencies;
- For the dissolution of the price appeal tribunal;
- For the Farm Products Commission to make changes of an administrative nature to marketing board powers;
- For the Farm Products Commission to delegate authority to industry to establish and administer quality and grade standards.

Mandate:

The Commission's mandate is as follows:

- Supervising activities of all producer organizations formed under the Act.
- Providing an appeal mechanism for those aggrieved by decisions made by such producer organizations.
- Negotiating and serving as a signatory to federal-provincial agreements relating to supply managed commodities.
- Administering the conciliation-arbitration process respecting potatoes used for processing.
- Administering the price setting process for fluid milk sold in the province.
- Licensing of those involved in the dairy products trade in New Brunswick including producers, transporters, graders, vendors and milk dealers.
- Food inspection as it relates to the establishment of product quality and identity standards.

- Establishment of Commodity Development Councils and Research and Promotion Agencies.

Vision:

A dynamic and accountable agri-food industry that has a reputation as a supplier of high quality and competitively priced food products

Mission:

The New Brunswick Farm Products Commission will strive to create an environment within the regulated agri-food sector that encourages stakeholders to focus their efforts on developing their industries.

In carrying out its mission the Commission is committed to the following values and principles:

- Cooperation between all industry stakeholders is key to the further development of the agri-food industry.
- The Commission will be viewed by those that it serves as an impartial, fair-minded agency that supports industry development.
- The orderly marketing system will enhance the viability of the agri-food industry within the global marketplace.
- The Commission will carry out the mandate provided for in the Natural Products Act to the common benefit of producers, processors and consumers.
- The Commission will use mediation whenever possible to resolve disputes.
- As a signatory to national supply management programs, the Commission will act to both protect and promote the interests of those industries.
- The Commission will promote transparency both in carrying out its mandate as well as in the operation of the eight marketing boards.

Strategic Direction Initiatives:

Ensure that marketing boards operate in an open and transparent fashion, in accordance with the wishes of producers, and within the regulations established under the *Natural Products Act*.

- The Commission will conduct an annual review of the operations of each marketing board.
- The Commission will ensure that each marketing board holds an annual producer meeting to review financial statements, as well as board activities for the previous year.
- The Commission will ensure that marketing boards do not implement significant changes in policy without prior approval of producers.

Promote sector-wide collaboration to capitalize on market opportunities.

- The Commission will facilitate the creation of *industry development councils* to foster the development of cross sector strategies in response to changing market forces.
- The Commission, in cooperation with the Department of Agriculture, Fisheries, and Aquaculture will expose the industry to new ways to exploit market opportunities.

Provide authority and guidance to non-marketing board groups of producers who want to collect levies for research and promotion purposes.

- Provided for in the *Natural Products Act*

Ensure that the development of the province's regulated agri-food industry is protected and promoted within national marketing systems.

- The Commission will develop and pursue strategies that are beneficial to the province.

Duties and Responsibilities of the Commission:

The Commission is responsible for the overall conduct and performance of the regulated marketing system in New Brunswick. In that capacity it is responsible for ensuring that boards exercise the powers granted to them in the manner intended.

Through the powers vested in it by the Natural Products Act, the Commission may:

- Investigate, arbitrate, adjudicate upon, adjust or otherwise settle any dispute between producers, processors, distributors or transporters of farm products, or between any two or more of such classes of persons;
- Investigate the cost of producing, processing, distributing and transporting any farm product, prices, price spreads, trade practices, methods of financing, management, grading, policies and other matters relating to the marketing of a farm product;
- Recommend any marketing plan or the amendment of any plan to the Minister;
- Require persons engaged in the production or marketing of a regulated product to register with the Commission or local board;
- Require persons engaged in the production or marketing of a regulated product to furnish information relating to the product, including the completing and filing of reports or returns on a periodic basis or otherwise as the Commission or local board determines;
- Require the furnishing of security or proof of financial responsibility by any person engaged in the marketing of a regulated product and provide for the administration and disposition of all money or securities so furnished;
- Appoint inspectors for the purposes of this Act;
- Co-operate with a marketing board, local board, commodity board, marketing commission or marketing agency of Canada or of any province in Canada for the purpose of marketing any regulated product;
- Make orders and issue directives consistent with a plan or the regulations as are necessary to enforce the provisions of the Act or any plan.

Also, the Commission has the power to intervene directly in the marketing of dairy products. Intervention may include the following:

- The establishment and enforcement of marketing conditions that benefit both the dairy products trade and the general public;
- License milk dealers, producer suppliers, vendors and transporters;
- Make regulations or orders pertaining to milk quality, the inspection and classification of milk, and processing of dairy products;
- Control milk quality from the farm to the milk dealer;
- Make regulations pertaining to penalties on milk that fail to comply with standards of quality;
- Set the price producers receive for their raw milk and set the wholesale price of fluid milk products.

Members of the Commission:

Hazen Myers	Chairman
Robert Keenan	Vice-Chairman (until Oct. 2003)
Robert Strang	Member (until Oct. 2003)
Marie Thériault	Member (until Oct. 2003)
Constance Morrison	Member (until Oct. 2003)
Irene Reidpath	Member (until Oct. 2003)
Larry Dobson	Member
Dale McIntosh	Member (appointed Vice-Chairman Nov. 2003)
John Robinson	Member
Leslie Cail	Member (appointed Nov. 2003)
Anne Michaud	Member (appointed Nov. 2003)
Hannah Searle	Member (appointed Nov. 2003)
Katherine Trueman	Member (appointed Nov. 2003)
Edward Williams	Member (appointed Nov. 2003)

Commission Staff

Robert Goggin	General Manager
David Johnston	Trade Relations and Commodities Specialist
Joan Allaby	Regulations Analyst
Sharon Albert	Administrative Support

Activities of the Commission during the year 2003-2004

The Commission met nine times during 2003-2004 and was involved in the following activities:

- **Establishment of Fluid Milk Price**

  As part of its mandate, the Commission is responsible for setting the price of fluid milk sold in the province. In February 2004, the Commission announced an increase in the price of fluid milk. In determining this adjustment, the Commission considered studies on the cost of production for the province's dairy producers and a financial analysis of returns to the New Brunswick processing industry conducted by an independent firm. After thoroughly reviewing these reports, the Commission concluded that a price increase was justified and decided on the appropriate margins for producers, processors and retailers. As always in setting the price of milk, the Commission balanced the interests of producers, processors and consumers, maintaining competitive prices for New Brunswick consumers while encouraging a viable dairy industry.

- **School Milk Program**

  In 2003-2004, the Commission facilitated the revival of the School Milk Committee. This committee, comprised of representatives from the dairy industry, staff from the Department of Education and Commission staff, develops policies and addresses concerns regarding the School Milk Program. Through this program, New Brunswick dairy producers and processors subsidize the sale of milk to New Brunswick students in grades K-12, so that students can purchase milk at a reduced price.

  One of the first issues discussed by the Committee was the price of school milk. Fluid milk processors had requested that the price of milk distributed under the School Milk Program be increased as the price had not been adjusted since the program began in 1992. Following consultation with the School Milk Committee, the Commission agreed to an increase and subsequently issued a School Milk Pricing Order that would go into effect in August 2004.

- **Regulations and Orders**

  When the *Natural Products Act* came into effect in April 1999, it replaced seven other acts administered by the former Department of Agriculture and Rural Development. Since the creation of the new *Act*, Commission staff have been updating the legislation under the old acts, preparing new regulations, repealing obsolete regulations, and amending others.

New Regulations

In the last year, the Commission has prepared new regulations under the *Natural Products Act* for several of the commodity boards under its supervision. Commission staff worked with the NB Hog Marketing Board, the NB Chicken Marketing Board, the NB Turkey Marketing Board and the NB Egg Marketing Board to complete regulations for these commodities.

In 2003-2004, the Commission made the following regulations under Sections 19 and 28 of the *Natural Products Act.* The Commission regulation for each commodity group provides for membership of the board, elections of members to the board and board administrative powers.

- N.B. Regulation 2003-71 – the Egg Plan Administration Regulation
- N.B. Regulation 2003-72 – the Chicken Plan Administration Regulation
- N.B. Regulation 2003-73 – the Turkey Plan Administration Regulation
- N.B. Regulation 2003-84 – the Hog Plan Administration Regulation

In addition, the Commission prepared the following regulations, which were made by the Lieutenant Governor-in- Council under sections 18, 27, 37, and 104 of the *Act.* Through these regulations, the Lieutenant Governor-in-Council establishes the Plans for the boards and grants the boards their powers.

- N.B. Regulation 2003-54 – the Egg Plan and Levies Regulation
- N.B. Regulation 2003-55 – the Chicken Plan and Levies Regulation
- N.B. Regulation 2003-56 – the Turkey Plan and Levies Regulation
- N.B. Regulation 2003-83 – the Hog Plan and Levies Regulation

Through the new regulations, the name of each commodity board has also been changed; these commodity groups are no longer referred to as marketing boards but to provincial organizations of farmers or producers as follows:

- New Brunswick Egg Marketing Board ? New Brunswick Egg Producers
- New Brunswick Chicken Marketing Board ? Chicken Farmers of New Brunswick
- New Brunswick Turkey Marketing Board ? Turkey Farmers of New Brunswick
- New Brunswick Hog Marketing Board ? Porc NB Pork

Repealed Regulations

The Commission also arranged for the repeal by the Lieutenant Governor-in-Council of the following regulations under the *Farm Products Marketing Act* (repealed). These regulations were considered obsolete as the associated commodity group no longer exists.

- New Brunswick Cream Marketing Plan Regulation
- New Brunswick Tobacco Marketing Plan Regulation
- New Brunswick Greenhouse Marketing Plan Regulation

Amendments to Regulations

The Commission also prepared amendments to several regulations in 2003-2004.

- The Commission amended the French versions of New Brunswick Regulation 2001-47 – the *Cattle Plan Administration Regulation* and New Brunswick Regulation 2002-86 – the *Milk Plan Administration Regulation* to correct the name of the Dairy Farmers of New Brunswick.

- New Brunswick Regulation 2002-46 – the *Cattle Plan and Levies Regulation* was amended by the Lieutenant Governor-in-Council, granting the New Brunswick Cattle Producers the power to require persons engaged in the marketing or production and marketing of cattle to obtain licenses.

- With the approval of the Lieutenant Governor-in-Council, the Commission amended New Brunswick Regulation 86-118 – the *Milk Quality Regulation* under the *Dairy Products Act*. This regulation establishes the quality standards for raw milk produced in the province and provides for penalties to be levied to producers who do not meet these standards. As requested by the Dairy Farmers of New Brunswick, the Commission amended the regulation by increasing the penalties assessed to producer for unacceptable bacterial and somatic cell counts in raw milk.

Orders

The Commission approved seventeen Orders in 2003-2004. The Orders included borrowing orders for the New Brunswick Potato Agency, orders relating to the dairy industry and several orders on milk pricing. This year, Commission staff began a review of all Commission Orders currently in place, with the result that a number of orders were rewritten and others were repealed.

Commission Orders made between April 1, 2003 and March 31, 2004:

2003-05 **Milk Container Order** – specifies the sizes of containers that fluid milk and fluid cream products may be sold in New Brunswick

2003-06 **Wholesale Pricing Order** – establishes the minimum and maximum wholesale price for milk sold in New Brunswick.

2003-07 **NB Potato Agency Borrowing Order** - empowers the New Brunswick Potato Agency to borrow money for the 2003 Spring Credit Advance Program.

2003-08 **Milk Measurement Order** – deals with milk measurement systems and establishes a process to settle disputes when there is a significant difference between the volume of milk measured on the farm and at the dairy.

2003-09 **Bulk Tank Milk Grader's License Order** – outlines the process for obtaining a bulk tank milk grader license from the Commission.

2003-10 **NB Potato Agency Borrowing Order** - empowers the New Brunswick Potato Agency to borrow money to participate in the 2003 Advance Payment for Crops Program.

2003-11 **NB Potato Agency Borrowing Order** - empowers the New Brunswick Potato Agency to borrow money for operating purposes.

2004-01 **Milk Container Order** – addition of new size to the list; replaced 2003-05.

2004-02 **Producer Pricing Order** – establishes the price processors must pay dairy producers for their milk; repealed previous producer pricing order (2003-04).

2004-03 **Wholesale Pricing Order** - sets the minimum and maximum wholesale price for milk sold in New Brunswick; replaced 2003-06.

2004-04 **School Milk Pricing Order** –.establishes the maximum wholesale price of milk and the maximum student price for milk sold through the School Milk Program.

2004-05 **Wholesale Pricing Order** – addition of micro-filtered and ultra-pasteurized milk to the order; replaced 2004-03.

2004-06 **Board Communication Order** – instructs boards to file specific reports to the Commission.

2004-07 **Milk Classification Order** – classifies dairy products for payment purposes.

2004-08 **Farm Bulk Tank Calibration Order** – instructs dairy producers to have their farm bulk tanks calibrated regularly.

2004-09 **Designated Areas Order** – defines geographical boundaries for licensing purposes.

2004-10 **License Fee Order** – sets out fees for different licenses issued by Commission.

- **Annual Reviews**

In 2003-2004, the Commission conducted annual reviews of the following eight commodity boards under its supervision:

- Porc NB Pork
- New Brunswick Cattle Producers
- New Brunswick Potato Agency
- New Brunswick Egg Producers
- Apple Growers of New Brunswick
- Dairy Farmers of New Brunswick
- Chicken Farmers of New Brunswick
- Turkey Farmers of New Brunswick

- **Annual Meetings**

In fulfilling its supervisory role, the Commission attends the annual meetings of the producer organizations formed under the *Natural Products Act*, as well as of other relevant agricultural groups. During 2003-2004, Commission officials attended the annual meetings of the following groups:

- Porc NB Pork
- New Brunswick Cattle Producers
- New Brunswick Potato Agency
- New Brunswick Egg Producers
- Dairy Farmers of New Brunswick
- Chicken Farmers of New Brunswick
- Turkey Farmers of New Brunswick
- New Brunswick Agricultural Producers Association

- **Dairy Farm Inspection and Raw Milk Quality**

In 2003-2004, the Commission received regular reports from inspection staff on dairy producers who were experiencing significant milk quality problems, whose premises or equipment were substandard, or who were otherwise not complying with the regulation. The Commission responded to these reports by 1) monitoring the situation; 2) communicating its concerns to the producer and encouraging the producer to take corrective action; and 3) requesting that the producer appear before the Commission.

In the last year, two producers appeared before the Commission: one to discuss poor milk quality and the other to discuss substandard premises. Since that time, one of these producers, who was unable to improve his milk quality to acceptable levels, has exited the industry. The second producer continues to milk and has made significant improvements to the facilities on his farm.

- **New Brunswick Cattle Producers and the National Check-Off**

In 2003-2004, the Commission facilitated the New Brunswick Cattle Producers' (NBCP) participation in the National Check-Off for beef cattle. The Commission obtained permission from the Lieutenant-Governor in Council for the NBCP to enter into an agreement with the Canadian Beef Cattle Research, Market Development, and Promotion Agency which provides for the collection of a federal levy on all cattle being marketed interprovincially. In March 2003, the NBCP was the first provincial cattle board to sign this agreement in Ottawa. By entering into this arrangement, the NBCP agrees to collect the federal levy from all sellers marketing beef cattle in interprovincial trade into New Brunswick and to remit the levy to the Agency. In turn, the Agency agrees to render to the NBCP services related to the marketing and promotion of beef cattle.

- **Establishment of New Brunswick Cattle Industry Council**

This year, the Commission also approved and facilitated the establishment of the New Brunswick Cattle Industry Council. With representatives from various sectors of the provincial cattle industry (producer, abattoir, sale barn, dealer, Dairy Farmers of New Brunswick), the Council provides a forum for stakeholders to share information and address issues of mutual concern.

- **Transportation of Cattle Legislation**

Commission staff, in consultation with the New Brunswick Cattle Producers and the New Brunswick Cattle Industry Council, began developing legislation that would regulate the transportation of cattle within New Brunswick. The purpose of this legislation is to provide a means to trace the movement of cattle within the province so that, should the need arise, an animal's location during all phases of its lifecycle could be readily and accurately determined. The recent case of bovine spongiform encephalopathy (BSE) in the West, with the consequent health concerns and trade restrictions, has demonstrated the importance of having an effective cattle traceablity system in place in the province.

- **New Brand Name Approved for Fluid Milk Market**

At the request of a milk dealer, the Commission approved the addition of another brand name to the dairy cases in New Brunswick stores. Baxter Foods Ltd., which is owned by Saputo Inc., and operates out of Saint John, N.B., asked for the Commission's permission to market fluid milk products with the "Dairyland" label. It is Saputo's intention to gradually phase out the "Baxter" label and replace it with the nationally marketed "Dairyland" label.

♦ Hearings

The Farm Products Commission serves as an appeal body for those aggrieved by decisions made by boards. In that regard, the Commission held two hearings in 2003-2004.

- **Appeal by the Goodine Dairy Farm of a decision of the Dairy Farmers of New Brunswick (formerly the New Brunswick Milk Marketing Board).**
  The Commission concluded its hearing of the above appeal in November 2002 and decided in favour of the Dairy Farmers of New Brunswick. Subsequently, the Goodine Dairy Farm appealed the Commission's decision to the New Brunswick Court of Appeal. The Court heard the appeal in May 2003. The Commission's decision on this case was upheld and the Goodine Dairy Farm appeal was dismissed.

- **Hearing of an appeal by Circle Grove Dairy Farm of a decision of the Dairy Farmers of New Brunswick**
  In April 2003, the Commission received notice of an appeal by Circle Grove Dairy Farm of a decision of the Dairy Farmers of New Brunswick concerning the ownership of quota. A Commission panel heard the appeal on May 8, 2003 in Sussex, N.B.; the panel found in favour of the appellant.

- **Hearing of an appeal by Frank Jopp of a decision of the Dairy Farmers of New Brunswick**
  The Commission heard an appeal on February 24, 2004 by Frank Jopp, a dairy producer, of a decision of the Dairy Farmers of New Brunswick concerning their 2004 budget. In this case, the Commission decided in favour of the appellant.

Supply Management Issues

As a supervisory body, the Commission has a statutory obligation to oversee the operation of national supply management programs, to participate in discussions regarding provincial participation in those programs, and to represent the province in federal/provincial-regulated marketing and trade

agreements. In fulfillment of this obligation, in 2003-2004 Commission officials attended the following meetings

- National supply management meetings for chicken, turkey, eggs, and milk;
- Regular meetings of the Canadian Milk Supply Management Committee and the Supervisory Body of the All Milk Pooling Agreement;
- Annual meeting of the National Association of Agricultural Supervisory Agencies;
- Annual meeting of the Canadian Egg Marketing Agency;
- Annual meeting of the Chicken Farmers of Canada;
- Annual meeting of the Canadian Turkey Marketing Agency
- Annual meeting of the International Association of Milk Control Agencies;

Finances:

Farm Products Commission 2003-2004

Account	Description	Expenditure
3430	Civil Service Payroll	$207,134
3450	Casual Payroll	$ 27,392
3600	Benefits	$ 6,582
3700	Membership Fees	$ 85
4060	Corporate Infra Structure	$ 159
4490	Catering	$ 1,521
4500	Other Services	$ 1,161
4530	Service Contracts	$ 225
4700	Printing & Copying	$ 1,011
4720	Parking	$ 8
4730	Rentals	$ 150
4760	Repairs	$ 1,429
4780	Legal Fees	$ 1,848
4790	Consulting/Research Services	$ 8,900
4860	Telephones	$ 44
4900	Travel	$ 38,512
5090	Subscriptions	$ 169
5630	Supplies	$ 1,160
5730	Stationary Supplies	$ 603
5740	Computer Supplies	$ 1,074
6060	Office Furniture	$ 825
6070	Computer Hardware	$ 1,022
7000	Grants and Contribtions	$ 1,000
	TOTAL	**$302,014**

National Farm Products Council

The National Farm Products Council was established in 1972 under the *Farm Products Marketing Agencies Act* to supervise agencies set up to administer national and regional marketing plans. The Act allows producers of farm products (other than industrial milk and wheat) to develop national or regional marketing plans.

The National Council advises the Federal Minister of Agriculture on all matters relating to the establishment, operation and performance of national agencies. The National Council has the power to call public hearings and hear appeals relating to agency operations as well as on any proposal to establish a new agency.

The National Council has four major responsibilities under the *Farm Products Marketing Agencies Act*:

- To advise the Minister of Agriculture on all aspects of the Act;
- To supervise the operations of the Chicken Farmers of Canada (CFC), the Canadian Egg Marketing Agency (CEMA), the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA), the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA), the Canadian Beef Cattle, Research, Market Development and Promotion Agency;
- To work with agencies in promoting effective marketing in inter-provincial and export trade;
- To consult with provinces.

Dairy Industry - National Perspective

Supply management was adopted in Canada in the mid-1970s as the system for managing and administering the supply of industrial milk and cream used to make such products as butter, cheese, yoghurt, and ice cream. Current policies in the Canadian dairy industry are based on the supply management system. The Canadian Dairy Commission (CDC), a federal crown corporation, facilitates the development and implementation of major dairy policies and programs. It provides a framework for federal and provincial participation.

The Canadian Milk Supply Management Committee (CMSMC) is a national body created by the provincial signatories to the National Milk Marketing Plan (NMMP), the federal-provincial agreement that governs the supply management system for dairy. The CMSMC makes policies and decisions with respect to the industrial milk system and supervises the NMMP as well as the Comprehensive Agreement on Pooling of Milk Revenues.

The CMSMC is chaired by the Canadian Dairy Commission. Producer, processor, and government representatives from each province attend CMSMC meetings. Representatives from the National Dairy Council (a processor organization), the Dairy Farmers of Canada, and the Consumer Association of Canada also participate on the committee as non-voting members. The major issues that the CMSMC deals with are estimating domestic requirements, quota allocation among provinces, surplus removal, and export activities.

Acting on behalf of the Minister of Agriculture, Fisheries and Aquaculture, the New Brunswick Farm Products Commission is a signatory to the National Milk Marketing Plan, the Comprehensive Agreement on Special Pooling, and the All Milk Pooling Agreement.

- The National Milk Marketing Plan is a federal-provincial agreement that provides the framework for regulating the marketing of milk and cream products in order to meet Canadian domestic requirements and any industrial milk requirements in Canada.
- The Comprehensive Agreement on Special Class Pooling is an agreement among the authorities of the ten provinces that are signatories to the National Milk Marketing Plan respecting the pooling of revenues from sales of components in special classes of milk used to service domestic and external markets.
- The Agreement on All Milk Pooling is an agreement among the authorities of the provinces of Prince Edward Island, Nova Scotia, New Brunswick, Quebec, and Ontario respecting the pooling of revenues from sales of all milk components produced and marketed in these provinces.
- The Dairy Products Marketing Regulations, made under the *Canadian Dairy Commission Act*, provide federal jurisdiction over the marketing of industrial milk and dairy products in inter-provincial and export trade.

Provincial marketing boards and commissions govern the production and marketing of milk within their own borders. As noted above, however, certain marketing activities related to industrial milk are carried out jointly between the federal government and the participating provinces according to the terms and conditions of the National Milk Marketing Plan.

In 1995, certain provisions of the World Trade Organization agreement replaced quantitative restrictions with tariff rate quotas. Currently, imports of certain dairy products above historic levels are subject to high over-quota tariffs. These high tariffs, however, have declined by fifteen percent of their value under the present WTO Agreement on Agriculture.

National Supply Management Agencies:

Chicken Farmers of Canada

Chicken Farmers of Canada was established in 1978 by the Governor in Council by a proclamation under the *Farm Products Marketing Agencies Act*. Following its establishment, the Agency entered into an agreement with the provinces that provides for an orderly marketing system for chickens. Chicken Farmers of Canada's primary purpose is to bring stability and order to the domestic chicken industry. Its mandate is to develop and maintain a healthy and viable chicken industry in the interests of both producers and consumers. This Agency is responsible for:

- Developing and implementing a marketing plan;
- Establishing a quota allocation system authorizing the marketing of chicken in inter-provincial and export trade;
- Promoting co-operation throughout the chicken industry;
- Licensing of those engaged in the inter-provincial or export trade of live chicken, including producers, processors, transporters, dealers and retailers;

Chicken Farmers of Canada manages a national production quota which it allocates to the provinces after consultation with industry. Production levels are set by the Agency for six separate production periods

Chicken Farmers of Canada is a non-profit organization whose administrative costs are funded by means of a levy which is paid by each producer for chicken marketed and is collected by the provincial Chicken Marketing Boards.

Canadian Turkey Marketing Agency

In 1974, the Governor in Council created the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) by a proclamation under the *Farm Products Marketing Act*. A subsequent agreement between the Agency and the provinces established a system for the orderly marketing of turkeys.

The CTMA sets the annual level of national turkey production. Production quota is allocated to each province based on a formula and negotiation process. Allocation levels are adjusted throughout the year as relevant data, such as production statistics, poultry placements, storage stocks, and disappearance of turkey, become available. Each provincial marketing board is responsible for negotiating or setting its own prices.

Funding for the CTMA is obtained through levies that are collected on behalf of the Agency by the provincial marketing boards.

The CTMA also licenses individuals and companies involved in inter-provincial and export trade of turkeys; sources domestic or foreign turkey inventories for Canadian processors with proven markets; and promotes consumer awareness campaigns across Canada.

Canadian Egg Marketing Agency

The Canadian Egg Marketing Agency (CEMA) was established by proclamation by the Governor in Council in 1972 as part of a federal-provincial agreement to provide stability to the Canadian egg industry. CEMA's mandate is to:

- Establish the farm gate price of eggs;
- Regulate national supplies;
- Remove surplus eggs from domestic markets;
- Encourage consumption of eggs.

The CEMA regulates national production by allocating annual production quota which in turn is reallocated by provincial marketing boards to their producers. CEMA removes surplus eggs from the market on a weekly basis by directing them either to areas of short supply elsewhere in Canada, to the Canadian processing industry or to export buyers.

Funding for the CEMA is obtained through levies paid on each dozen eggs marketed. In 1975 CEMA introduced a central pricing system based on a cost of production formula that returned the cost of production and a reasonable profit to the average producer. The system, which is based on an independent cost survey that is updated regularly, is used to establish the farm gate price in each province.

Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

Unlike the other three agencies under the Natural Products Council, the Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency has been in operation only a short while. The Agency was established in 2002 to promote the marketing and production of beef cattle, beef and beef products. The Agency's goal is to provide a stable funding source for research, market development and promotion activities through levies, or check-offs, on domestic and imported beef and beef products. In 2003-2004, the Agency finalized levy and service agreements with several provinces.

2003-2004

Annual Report

New Brunswick
Farm Products
Commission

Rapport annuel

Commission
des produits de
ferme du
Nouveau-Brunswick

New Nouveau Brunswick CANADA

2003-2004

Annual Report

New Brunswick Farm Products Commission

Rapport annuel

Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick

New Nouveau Brunswick
CANADA

6 octobre 2004

Monsieur David Alward
Ministre de l'Agriculture, des Pêches et de l'Aquaculture
Gouvernement du Nouveau-Brunswick
C.P. 6000
Fredericton (Nouveau-Brunswick) E3B 5H1

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous présenter le rapport annuel de la Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick pour l'exercice allant du 1er avril 2003 au 31 mars 2004.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments les plus respectueux.

Le président,

Hazen Myers

TABLE DES MATIÈRES

Historique de la Commission	2
Mandat	3
Vision et mission	4
Activités liées aux orientations stratégiques	6
Devoirs et responsabilités de la Commission	7
Membres et responsables de la Commission	8
Activités de la Commission en 2003-2004	9
Finances	18
Conseil national des produits agricoles	19
L'industrie laitière : une perspective nationale	19
Organismes nationaux de gestion des approvisionnements	21
Les Producteurs de poulet du Canada	21
L'Office canadien de commercialisation du dindon	22
L'Office canadien de commercialisation des œufs	22
L'Office canadien de recherche, de développment des marchés et de promotion des boivins de boucherie	23

COMMISSION DES PRODUITS DE FERME DU NOUVEAU-BRUNSWICK

RAPPORT ANNUEL DE 2003-2004

Historique de la Commission

Le prédécesseur de la Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick était l'Office de commercialisation du Nouveau-Brunswick, régi par la *Loi visant à promouvoir la production, la commercialisation et la distribution des produits naturels*. L'Office, qui relevait du premier ministre, avait la responsabilité des produits de l'agriculture, de l'exploitation forestière, de la mer, des lacs et rivières, et de tout produit comestible et de toute boisson, transformés en partie ou en totalité, ainsi que de tous les produits dérivés connexes.

Cette loi a été abrogée le 2 avril 1937 et remplacée par la *Loi sur la réglementation des produits naturels*, laquelle prévoyait l'établissement d'offices de commercialisation. Le nouvel office de surveillance s'appelait l'« Office de réglementation des produits naturels » et relevait du ministre de l'Agriculture. Le 11 août 1971, la Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick a vu le jour en vertu de la *Loi sur les produits forestiers*. Les pouvoirs et fonctions de l'Office de réglementation des produits naturels en matière de commercialisation des produits forestiers ont été dévolus à la Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick.

En 1976, le gouvernement a décidé de soustraire les produits de la pêche aux dispositions de la *Loi* et d'adopter sur ces matières une législation distincte. C'est ainsi qu'une nouvelle loi, soit la *Loi sur la commercialisation des produits de ferme,* a été élaborée et est entrée en vigueur le 15 mai 1977. Celle-ci a donné naissance à la Commission de commercialisation des produits de ferme, dont les membres se sont réunis une première fois le 16 mai 1977. Depuis 1977, la *Loi* a subi un certain nombre de modifications, dont les plus importantes sont survenues au cours de la session de 1985 de l'Assemblée législative. Les nouvelles dispositions ont permis le transfert des responsabilités de la Commission des produits laitiers à la Commission de commercialisation des produits de ferme, et la création d'un Comité d'appel des produits de ferme chargé d'arbitrer les litiges relatifs aux prix entre les offices de commercialisation, les commerçants, les transformateurs et les consommateurs.

En mars 1999, l'Assemblée législative du Nouveau-Brunswick a adopté la *Loi sur les produits naturels*. Cette loi, entrée en vigueur le 15 avril 1999, a remplacé les lois suivantes :

- la *Loi sur la commercialisation des produits de ferme*;
- la *Loi sur les offices locaux et les agences de commercialisation des produits de ferme*;
- la *Loi sur les succédanés des produits laitiers*;
- la *Loi sur le classement des produits naturels*;
- la *Loi sur les produits laitiers*;
- la *Loi sur l'industrie laitière*;
- la *Loi du Conseil sur le développement et la commercialisation de la pomme de terre*.

La *Loi sur les produits naturels* circonscrit la portée de la réglementation du marché par le gouvernement, relativement aux points suivants :

- la mise en marché ordonnée des produits alimentaires et forestiers;

- l'inspection des aliments, qui doit être administrée en collaboration avec le ministère de la Santé et du Mieux-être conformément à la *Loi sur la santé*.

La *Loi sur les produits naturels* présente les avantages suivants :

- Elle offre une certaine souplesse aux regroupements de producteurs en ce qui concerne le choix de leur raison sociale.
- Elle permet la création de structures informelles connues sous le nom de conseils pour le développement des denrées, qui visent à encourager la discussion entre les producteurs et d'autres secteurs de l'industrie sur des sujets d'intérêt commun.
- Elle favorise l'établissement d'organismes de promotion.
- Elle abolit la cour d'appel sur les prix.
- Elle habilite la Commission des produits de ferme à apporter des modifications administratives aux pouvoirs des offices de commercialisation.
- Elle permet à la Commission des produits de ferme de déléguer des pouvoirs à l'industrie afin qu'elle puisse adopter et administrer des normes de qualité et de classement.

Mandat

Voici le mandat de la Commission :

- Superviser les activités de toutes les organisations de producteurs formées en vertu de la Loi.

- Établir un mécanisme d'appel pour les personnes qui s'estiment lésées par les décisions prises par de telles organisations de producteurs.

- Négocier et faire fonction de signataire pour les ententes fédérales-provinciales concernant les produits visés par la gestion des approvisionnements.

- Administrer le processus de conciliation-arbitrage concernant les pommes de terre destinées à la transformation.

- Administrer le processus d'établissement des prix pour le lait de consommation vendu dans la province.

- Attribuer des permis aux personnes qui font le commerce de produits laitiers au Nouveau-Brunswick, comme les producteurs, les transporteurs, les trieurs, les fournisseurs et les commerçants de lait.

- Faire l'inspection d'aliments en vue d'établir des normes pour la qualité et l'identification des produits.

- Mettre sur pied des conseils de développement des produits et des organismes de recherche et de promotion.

Vision

Un secteur agroalimentaire dynamique et responsable qui a la réputation d'offrir des produits alimentaires de grande qualité à un prix concurrentiel.

Mission

La Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick cherche à créer dans le secteur réglementé de l'agroalimentaire un contexte qui encourage les intervenants à s'efforcer de développer leurs entreprises.

Pour réaliser sa mission, la Commission s'est engagée à appliquer les valeurs et principes suivants

- La coopération entre tous les intervenants du secteur est la clé de l'expansion future du secteur agroalimentaire.

- Pour les personnes qu'elle sert, la Commission doit être perçue comme un organisme impartial qui soutient en toute équité l'expansion du secteur.

- Le système de mise en marché ordonné accroîtra la rentabilité du secteur agroalimentaire dans le marché mondial.

- La Commission réalise le mandat qui lui a été confié en vertu de la *Loi sur les produits naturels*, dans l'intérêt et à l'avantage communs des producteurs, des transformateurs et des consommateurs.

- Dans la mesure du possible, la Commission recourt à la médiation pour régler les litiges.

- La Commission est signataire de programmes nationaux de gestion de l'offre et, à ce titre, elle cherche à protéger et à promouvoir les intérêts des entreprises concernées.

- La Commission favorise la transparence dans l'exécution de son mandat et dans le fonctionnement des huit offices de commercialisation qu'elle chapeaute.

Activités liées aux orientations stratégiques

S'assurer que les offices de commercialisation fonctionnent de manière ouverte et dans la transparence, conformément aux souhaits des producteurs, et à la réglementation établie en vertu de la *Loi sur les produits naturels*.

La Commission examine annuellement le fonctionnement de chaque office de commercialisation.

La Commission s'assure que chaque office de commercialisation tient une réunion annuelle des producteurs, au cours de laquelle on examine leurs états financiers et leurs activités au cours de l'année écoulée.

La Commission s'assure que les offices de commercialisation n'apportent aucun changement majeur à leur politique sans obtenir au préalable l'accord des producteurs.

Promouvoir la collaboration de tous les partenaires du secteur afin de tirer parti des débouchés commerciaux.

La Commission favorisera la création de *conseils pour le développement de l'industrie*, afin d'encourager l'adoption de stratégies intersectorielles qui permettent de mieux réagir aux forces du marché en évolution constante.

La Commission, en collaboration avec le ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Aquaculture, fera connaître au secteur les nouvelles façons d'exploiter les débouchés commerciaux.

Offrir une direction et des conseils aux groupes de producteurs qui ne sont pas liés aux offices de commercialisation et qui veulent recueillir des fonds pour la recherche et la promotion.

Prévu dans la *Loi sur les produits naturels*.

S'assurer que l'expansion du secteur agroalimentaire réglementé de la province est protégée et fait l'objet d'une promotion dans les réseaux nationaux de commercialisation.

La Commission élaborera et appliquera des stratégies qui ont des retombées positives pour la province.

Devoirs et responsabilités de la Commission

La Commission doit assurer la direction générale et le rendement du système de commercialisation réglementé au Nouveau-Brunswick. À ce titre, la Commission s'assure que les offices exercent leurs pouvoirs comme prévu.

En vertu des pouvoirs que lui confère la *Loi sur les produits naturels*, la Commission peut :

- Faire enquête sur tout litige impliquant des producteurs, des transformateurs, des distributeurs ou des transporteurs de produits de ferme, ou toute catégorie connexe de personnes, et arbitrer, trancher, concilier ou régler de toute autre façon le litige en question.
- Faire enquête sur le coût de production, de transformation, de distribution et de transport de tout produit de ferme, ainsi que sur les prix, les écarts de prix, les pratiques commerciales, les modes de financement, la gestion, le classement, les politiques et d'autres questions concernant la commercialisation d'un produit de ferme.
- Recommander au ministre un plan de commercialisation ou la modification d'un plan de commercialisation.
- Obliger les personnes s'occupant de la production ou de la commercialisation d'un produit réglementé de s'inscrire auprès de la Commission ou de l'office local.
- Obliger les personnes s'occupant de la production et de la commercialisation d'un produit réglementé de fournir des renseignements sur le produit, et notamment de remplir et de produire des déclarations ou des rapports à intervalles réguliers ou non, à la discrétion de la Commission ou de l'office local.
- Obliger les personnes s'occupant de la commercialisation d'un produit réglementé de fournir une garantie ou de justifier leur solvabilité, et fixer le régime d'administration et la destination des garanties pécuniaires ou autres ainsi fournies.
- Nommer des inspecteurs aux fins de la *Loi*.
- Collaborer avec un office de commercialisation, un office local, une commission ou une agence de commercialisation du Canada ou d'une province canadienne aux fins de la commercialisation d'un produit réglementé.
- Établir des arrêtés et communiquer des directives qui sont conformes à un plan ou aux règlements nécessaires pour assurer l'exécution des dispositions de la *Loi* ou d'un plan.

La Commission a aussi un pouvoir d'intervention directe en matière de commercialisation des produits laitiers. Ses interventions peuvent comprendre les mesures suivantes :

- Établir et appliquer des conditions de commercialisation dans l'intérêt général du commerce des produits laitiers et du grand public.
- Délivrer une licence aux exploitants de laiterie, aux fournisseurs des producteurs, aux commerçants affiliés et aux transporteurs.
- Établir des règlements ou des arrêtés concernant la qualité, l'inspection et la classification du lait, et les méthodes de transformation des produits laitiers.
- Contrôler la qualité du lait, de la ferme à l'exploitant de laiterie.
- Établir des règlements qui fixent des pénalités pour le lait non conforme aux normes de qualité.
- Fixer le prix qui doit être payé aux producteurs laitiers pour le lait cru et fixer le prix de gros des produits laitiers de consommation.

Membres de la Commission

Hazen Myers	Président
Robert Keenan	Vice-président (jusqu'à octobre 2003)
Robert Strang	Commissaire (jusqu'à octobre 2003)
Marie Thériault	Commissaire (jusqu'à octobre 2003)
Constance Morrison	Commissaire (jusqu'à octobre 2003)
Irene Reidpath	Commissaire (jusqu'à octobre 2003)
Larry Dobson	Commissaire
Dale McIntosh	Commissaire (nommé vice-président en nov. 2003)
John Robinson	Commissaire
Leslie Cail	Commissaire (nommée en novembre 2003)
Anne Michaud	Commissaire (nommée en novembre 2003)
Hannah Searle	Commissaire (nommée en novembre 2003)
Katherine Trueman	Commissaire (nommée en novembre 2003)
Edward Williams	Commissaire (nommé en novembre 2003)

Personnel de la Commission

Robert Goggin	Directeur général
David Johnston	Responsable des relations commerciales et spécialiste de denrées agricoles
Joan Allaby	Analyste des règlements
Sharon Albert	Adjointe administrative

Activités de la Commission en 2003-2004

La Commission s'est réunie à neuf reprises au cours de l'année 2003-2004 et a pris part aux activités ci-dessous.

- **Établissement des prix du lait de consommation**

  Dans le cadre de son mandat, la Commission est chargée d'établir le prix du lait de consommation vendu dans la province. En février 2004, la Commission a annoncé une augmentation du prix du lait de consommation. Pour déterminer ce rajustement, la Commission a tenu compte d'études du coût de production pour les producteurs laitiers de la province et de l'analyse financière des revenus de l'industrie de la transformation des produits laitiers du Nouveau-Brunswick menée par une firme indépendante. Après avoir examiné attentivement ces rapports, la Commission a conclu qu'une augmentation de prix était justifiée et a établi des marges bénéficiaires adéquates pour les producteurs, les transformateurs et les détaillants. Comme toujours, la Commission a dû tenir compte des intérêts des producteurs, des transformateurs et des consommateurs au moment de fixer le prix du lait, afin de maintenir des prix concurrentiels pour les consommateurs du Nouveau-Brunswick et de favoriser la viabilité de l'industrie laitière.

- **Programme de distribution du lait dans les écoles**

  Durant l'exercice 2003-2004, la Commission a encouragé la remise sur pied du Comité de distribution de lait dans les écoles. Constitué de représentants de l'industrie laitière et du ministère de l'Éducation et de membres du personnel de la Commission, ce comité élabore des politiques et intervient sur les questions relatives au Programme de distribution du lait dans les écoles. Les producteurs laitiers et les transformateurs de produits laitiers du Nouveau-Brunswick qui participent au programme subventionnent la vente de lait aux élèves de la maternelle à la douzième année dans les écoles du Nouveau-Brunswick, ce qui permet aux élèves d'acheter du lait à prix réduit.

  Une des premières questions sur lesquelles s'est penché le Comité portait sur le prix du lait distribué dans les écoles. Les transformateurs de lait de consommation réclamaient une hausse du prix du lait distribué dans le cadre

du Programme de distribution du lait dans les écoles, car il n'y a eu aucun rajustement de prix depuis le début du programme en 1992. Après avoir consulté le Comité de distribution du lait dans les écoles, la Commission a consenti à une augmentation et a par la suite pris un arrêté sur le prix du lait distribué dans les écoles, qui devrait entrer en vigueur en août 2004.

- **Règlements et arrêtés**

La *Loi sur les produits naturels*, qui est entrée en vigueur en avril 1999, a remplacé sept autres lois administrées par l'ancien ministère de l'Agriculture et du Développement rural. Depuis la création de la nouvelle *Loi*, le personnel de la Commission s'emploie à la mise à jour de la réglementation prévue dans d'anciennes lois, à la préparation de nouveaux règlements, à l'abrogation de règlements périmés, et à la modification d'autres règlements.

Nouveaux règlements

L'an dernier, la Commission a préparé de nouveaux règlements en vertu de la *Loi sur les produits naturels* pour plusieurs offices de commercialisation dont elle est responsable. Le personnel de la Commission a travaillé avec l'Office de commercialisation des porcs du Nouveau-Brunswick, l'Office de commercialisation du poulet du Nouveau-Brunswick, l'Office de commercialisation du dindon du Nouveau-Brunswick, et l'Office de commercialisation des œufs du Nouveau-Brunswick à l'élaboration de la réglementation de ces produits.

En 2003-2004, la Commission a rédigé les règlements que voici en vertu des articles 19 et 28 de la *Loi sur les produits naturels*. La réglementation établie par la Commission pour chacun des groupes de produits porte sur les membres des offices, l'élection des membres des offices et les pouvoirs administratifs des offices.

- Règlement 2003-71 du N.-B. – Règlement concernant la gestion du Plan relatif aux œufs.
- Règlement 2003-72 du N.-B. – Règlement concernant la gestion du Plan relatif au poulet.
- Règlement 2003-73 du N.-B. – Règlement concernant la gestion du Plan relatif aux dindons.
- Règlement 2003-84 du N.-B. – Règlement concernant la gestion du Plan relatif au porc.

La Commission a aussi préparé les règlements suivants, qui ont été promulgués par le lieutenant-gouverneur en conseil en vertu des articles 18, 27, 37 et 104 de la *Loi*, qui autorisent le lieutenant-gouverneur en conseil à établir les plans pour les offices et à investir les offices de certains pouvoirs.

- Règlement 2003-54 du N.-B. – Règlement concernant le Plan et les redevances relatifs aux œufs.
- Règlement 2003-55 du N.-B. – Règlement concernant le Plan et les redevances relatifs au poulet.
- Règlement 2003-56 du N.-B. – Règlement concernant le Plan et les redevances relatifs aux dindons.
- Règlement 2003-83 du N.-B. – Règlement concernant le Plan et les redevances relatifs au porc.

Ces nouveaux règlements modifient également le nom de chaque office; ces regroupements de producteurs ne sont plus appelés offices de commercialisation, mais des organisations provinciales d'agriculteurs ou de producteurs désormais appelées :

- Les Producteurs d'œufs du Nouveau-Brunswick, anciennement l'Office de commercialisation des œufs du Nouveau-Brunswick.

- Les producteurs de poulet du Nouveau-Brunswick, anciennement l'Office de commercialisation du poulet du Nouveau-Brunswick.

- Les producteurs de dindons du Nouveau-Brunswick, anciennement l'Office de commercialisation du dindon du Nouveau-Brunswick.

- Porc NB Pork, anciennement l'Office de commercialisation du porc du Nouveau-Brunswick.

Règlements abrogés

La Commission a également obtenu que le lieutenant-gouverneur en conseil abroge les règlements suivants en vertu de la *Loi sur la commercialisation de produits de ferme* (abrogée). Ces règlements étaient considérés périmés car l'office qui leur était associé n'existe plus.

- Règlement du Nouveau-Brunswick concernant le Plan de commercialisation de la crème.
- Règlement du Nouveau-Brunswick concernant le Plan de commercialisation du tabac.
- Règlement du Nouveau-Brunswick concernant le Plan de commercialisation relatif aux serres.

Modifications de règlements

La Commission a aussi préparé des modifications à plusieurs règlements en 2003-2004.

- La Commission a modifié les versions françaises du règlement 2001-47 du Nouveau-Brunswick – *Règlement sur le plan de gestion relatif aux bovins* et du Règlement 2002-86 du Nouveau-Brunswick – *Règlement concernant la gestion du Plan relatif au lait* pour changer le nom de l'office, qui devient Les Producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick.

- Le Règlement 2002-46 du Nouveau-Brunswick – *Règlement concernant le Plan et les redevances relatifs aux bovins* a été modifié par le lieutenant-gouverneur en conseil pour accorder aux Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick le pouvoir d'obliger les personnes s'occupant de la production et de la commercialisation des bovins à obtenir une licence

- Avec l'approbation du lieutenant-gouverneur en conseil, la Commission a modifié le Règlement 86-118 du Nouveau-Brunswick – *Règlement sur la qualité du lait – Loi sur les produits laitiers*. Ce règlement établit les normes de qualité pour le lait cru produit dans la province et prévoit des pénalités pour les producteurs qui ne respectent pas ces normes. À la demande des Producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick, la Commission a modifié le règlement pour augmenter les pénalités que doit payer un producteur dont le lait cru a un nombre inacceptable de bactéries et de cellules somatiques.

Arrêtés

En 2003-2004, la Commission a approuvé dix-sept arrêtés. Des arrêtés portaient sur des emprunts pour l'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick et d'autres, sur l'industrie laitière, et plusieurs arrêtés concernaient le prix du lait. Au cours de l'année, le personnel de la Commission a commencé l'examen de tous les arrêtés de la Commission actuellement en vigueur, à la suite duquel bon nombre d'arrêtés ont été reformulés et d'autres ont été abrogés.

Arrêtés de la Commission pris entre le 1er avril 2003 et le 31 mars 2004 :

2003-05 **Arrêté sur les contenants de lait** – précise la taille des contenants qui peuvent être utilisés pour vendre les produits laitiers et la crème de consommation au Nouveau-Brunswick.

2003-06 **Arrêté sur la fixation des prix de gros du lait** – fixe le prix de gros minimum et maximum pour le lait vendu au Nouveau-Brunswick.

2003-07 **Arrêté sur l'emprunt de l'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick** – autorise l'Agence à emprunter de l'argent aux fins du Programme d'avance de crédit printanière pour 2003.

2003-08 **Arrêté sur la mesure du volume de lait** – concerne les systèmes de mesure du volume de lait et établit un processus pour régler les conflits lorsqu'il y a un écart significatif entre le volume de lait mesuré à la ferme et celui mesuré à la laiterie.

2003-09 **Arrêté sur la délivrance de licence de préposé au classement du lait en citerne** – décrit le processus à suivre pour obtenir une licence de préposé au classement du lait en citerne auprès de la Commission.

2003-10 **Arrêté sur l'emprunt de l'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick** – autorise l'Agence à emprunter de l'argent pour participer au Programme de paiement anticipé des récoltes de 2003.

2003-11 **Arrêté sur l'emprunt de l'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick** – autorise l'Agence à emprunter de l'argent aux fins d'exploitation.

2004-01 **Arrêté sur les contenants de lait** – ajoute de nouvelles tailles de contenants à la liste; remplace l'arrêté 2003-05.

2004-02 **Arrêté sur la fixation des prix des producteurs** – fixe le prix que les transformateurs doivent verser aux producteurs laitiers pour leur lait; abroge le précédent arrêté sur la fixation des prix des producteurs (2003-04).

2004-03 **Arrêté sur la fixation des prix de gros du lait** – fixe le prix de gros minimum et maximum pour le lait vendu au Nouveau-Brunswick; remplace l'arrêté 2003-06.

2004-04 **Arrêté sur le prix du lait distribué dans les écoles** – fixe le prix de gros maximum et le prix maximum payé par l'élève pour le lait vendu en vertu du Programme de distribution du lait dans les écoles.

2004-05 **Arrêté sur la fixation des prix de gros du lait** – ajoute à l'arrêté le lait microfiltré et le lait ultrapasteurisé; remplace l'arrêté 2004-03.

2004-06 **Arrêté sur les communications de l'Office** – indique aux offices les rapports particuliers qu'ils doivent déposer auprès de la Commission.

2004-07 **Arrêté sur la classification du lait** – classe les produits laitiers aux fins de paiement.

2004-08 **Arrêté sur l'étalonnage des citernes de conservation en vrac d'exploitation agricole** – demande aux producteurs laitiers de faire faire l'étalonnage de leurs citernes de conservation en vrac régulièrement.

2004-09 **Arrêté sur les régions désignées** – définit les limites des régions géographiques relatives aux licences pour le commerce des produits laitiers dans la province.

2004-10 **Arrêté sur les droits imposés pour la délivrance des licences** – fixe les droits à acquitter pour les différents types de licence délivrés par la Commission.

- **Examen annuel**

En 2003-2004, la Commission a effectué l'examen annuel des activités des offices que voici :

- Porc NB Pork
- Les Éleveurs de bovins (Producteurs de bétail) du Nouveau-Brunswick
- L'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick
- Les Producteurs d'œufs du Nouveau-Brunswick
- Les Producteurs de pommes du Nouveau-Brunswick
- Les Producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick
- Les Producteurs de poulet du Nouveau-Brunswick
- Les Producteurs de dindons du Nouveau-Brunswick

- **Réunions annuelles**

Pour s'acquitter de son rôle d'encadrement, la Commission assiste aux réunions annuelles des organisations de producteurs créées et régies par la *Loi sur les produits naturels*, et d'autres regroupements agricoles pertinents. Au cours de l'année 2003-2004, les responsables de la Commission ont pris part à la réunion annuelle des organismes que voici :

- Porc NB Pork
- Les Éleveurs de bovins (Producteurs de bétail) du Nouveau-Brunswick
- L'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick
- Les Producteurs d'œufs du Nouveau-Brunswick
- Les Producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick
- Les Producteurs de poulet du Nouveau-Brunswick
- Les Producteurs de dindons du Nouveau-Brunswick
- New Brunswick Agricultural Producers Association *(Association des producteurs agricoles du Nouveau-Brunswick)*

- **Inspection de fermes laitières et qualité du lait cru**

  En 2003-2004, la Commission a reçu des rapports réguliers d'inspections effectuées chez des producteurs laitiers qui ont relevé d'importants problèmes de qualité du lait, des locaux ou de l'équipement non conformes aux normes, ou l'inobservation d'autres points de la réglementation. La Commission a réagi à ces rapports premièrement, en surveillant la situation; deuxièmement, en communiquant ses préoccupations au producteur et en l'encourageant à prendre les mesures correctives et, troisièmement, en demandant que le producteur se présente devant la Commission.

  Au cours du dernier exercice, deux producteurs se sont présentés devant la Commission : un pour discuter de la mauvaise qualité du lait et l'autre, pour discuter de ses locaux non conformes aux normes. Depuis lors, le producteur incapable d'améliorer la qualité de son lait à des niveaux acceptables a quitté l'industrie. Le second producteur continue d'exploiter sa ferme laitière, et il a fait d'importantes améliorations aux installations à sa ferme.

- **Les Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick et le Programme national de prélèvements**

  En 2003-2004, la Commission a encouragé la participation des Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick au prélèvement national pour les bovins de boucherie. Le lieutenant-gouverneur en conseil a permis à la Commission d'autoriser Les Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick à conclure une entente avec l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie autorisant la perception du prélèvement fédéral sur tous les animaux de boucherie vendus sur le marché interprovincial. En mars 2003, Les Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick a été le premier office provincial de commercialisation des bovins à signer cette entente à Ottawa. En signant cet accord, Les Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick accepte de percevoir la redevance fédérale auprès de tous les fournisseurs de bœuf et de bovins du Nouveau-Brunswick qui vendent des animaux sur le marché interprovincial, et de remettre le prélèvement à l'Office canadien. En retour, l'Office accepte de fournir des services aux Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick concernant la mise en marché et la commercialisation des bovins de boucherie.

- **Établissement du Conseil de développement de l'industrie bovine au Nouveau-Brunswick**

  Durant l'exercice, la Commission a également approuvé et favorisé la création du Conseil de développement de l'industrie bovine au Nouveau-Brunswick. Le Conseil, qui regroupe des représentants de divers secteurs de l'industrie provinciale de l'élevage des bovins (éleveurs, abattoirs, encans, vendeurs, Les Producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick), fournit

une tribune où tous les intervenants mettent l'information en commun et traitent de questions d'intérêt mutuel.

- **Réglementation du transport des bestiaux**

Le personnel de la Commission, en collaboration avec Les Éleveurs de bovins du Nouveau-Brunswick et le Conseil de développement de l'industrie bovine au Nouveau-Brunswick, a commencé à élaborer la législation qui réglementera le transport des bestiaux au Nouveau-Brunswick. Le législateur vise ainsi à doter la province d'un moyen de suivre la trace des bestiaux à l'intérieur de la province de manière à pouvoir, s'il le fallait, déterminer rapidement et précisément l'emplacement d'un animal durant toutes les phases de sa vie. Le récent cas d'encéphalopathie bovine spongiforme (maladie de la vache folle) dans l'Ouest, avec les préoccupations pour la santé et les restrictions du commerce qui ont suivies, a démontré l'importance d'avoir un système efficace de traçabilité pour les animaux de boucherie en vigueur dans la province.

- **Nouvelle marque approuvée pour le marché du lait de consommation**

À la demande d'un exploitant de laiterie, la Commission a approuvé l'ajout d'une autre marque de produits laitiers aux comptoirs des magasins du Nouveau-Brunswick. Les Aliments Baxter Limitée, de Saint-Jean (N.-B.), propriété de Saputo Inc., a demandé à la Commission la permission de commercialiser des produits laitiers natures sous l'étiquette Dairyland. Saputo a l'intention d'abandonner graduellement l'étiquette Baxter et de la remplacer par l'étiquette Dairyland, commercialisée à l'échelle nationale.

♦ Audiences

La Commission des produits de ferme est aussi un organisme d'appel pour les personnes qui sont lésées par les décisions des offices locaux. À ce titre, la Commission a tenu deux audiences en 2003-2004.

- **Audience relative à l'appel de Goodine Dairy Farm d'une décision des Producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick (anciennement l'Office de commercialisation du lait du Nouveau-Brunswick)**
  La Commission a terminé en novembre 2002 son audience de l'appel susmentionné et pris une décision favorable aux Producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick. Subséquemment, la ferme laitière Goodine a interjeté appel de la décision de la Commission devant la Cour d'appel du Nouveau-Brunswick. La Cour a entendu l'appel en mai 2003. La décision de la Commission dans cette cause a été confirmée devant le tribunal, et l'appel de la Goodine Dairy Farm a été rejeté.

- **Audience relative à l'appel de Circle Grove Dairy Farm d'une décision des Producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick**
  En avril 2003, la Commission a reçu un avis d'appel déposé par Circle Grove Dairy Farm d'une décision des Producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick concernant la propriété d'un contingent. Un comité de la Commission a entendu l'appel le 8 mai 2003 à Sussex (N.-B.); le comité a pris une décision favorable à l'appelant.

- **Audience relative à l'appel de Frank Jopp d'une décision des Producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick**
  La Commission s'est réunie le 24 février 2004 pour entendre l'appel du producteur laitier Frank Jopp d'une décision des Producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick concernant le budget de l'organisme pour 2004. Dans cette cause, la Commission a pris une décision favorable à l'appelant.

Questions relatives à la gestion de l'offre

En tant qu'office de surveillance, la Commission a l'obligation réglementaire d'encadrer la mise en oeuvre des programmes nationaux de gestion de l'offre, de participer aux discussions relatives à la participation de la province à ces programmes, de représenter la province dans les ententes de commercialisation et les accords commerciaux fédéraux-provinciaux. Afin de se conformer à cette obligation, les responsables de la Commission ont participé aux réunions suivantes en 2003-2004.

- réunions d'organismes nationaux de gestion de l'offre relativement à la commercialisation du poulet, de la dinde, des oeufs et du lait;

- assemblées ordinaires du Comité canadien de gestion des approvisionnements de lait et de l'organisme de surveillance du Comité de la mise en commun sur tout le lait;

- assemblée annuelle de l'Association nationale des organismes de surveillance agroalimentaires;

- assemblée annuelle de l'Office canadien de commercialisation des oeufs;

- assemblée annuelle des Producteurs de poulet du Canada;

- assemblée annuelle de l'Office canadien de commercialisation du dindon;

- assemblée annuelle de l'International Association of Milk Control Agencies.

Finances

Dépenses de la Commission de commercialisation des produits de ferme pour l'exercice 2003-2004

N° de compte	Description	Dépenses
3430	Paye des fonctionnaires	207 134 $
3450	Paye du personnel occasionnel	27 392 $
3600	Charges sociales	6 582 $
3700	Cotisations	85 $
4060	Infrastructure d'entreprise	159 $
4490	Restauration	1 521 $
4500	Autres services	1 161 $
4530	Contrats de service/Services d'inspection	225 $
4700	Impression et photocopie	1 011 $
4720	Stationnement	8 $
4730	Location	150 $
4760	Réparations	1 429 $
4780	Frais juristiques	1 848 $
4790	Services d'experts-conseils	8 900 $
4860	Téléphone	44 $
4900	Frais de déplacement	38 512 $
5090	Abonnements	169 $
5630	Fournitures	1 160 $
5730	Fournitures de bureau	603 $
5740	Fournitures d'informatique	1 074 $
6060	Mobilier de bureau	825 $
6070	Matériel informatique	1 022 $
7000	Subventions et Contributions	1 000 $
	TOTAL	**302 014 $**

Conseil national des produits agricoles

Le Conseil national des produits agricoles a vu le jour en 1972 en vertu de la *Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme*, afin d'encadrer les offices mis sur pied pour administrer les plans de commercialisation nationaux et régionaux. La *Loi* permet aux producteurs de produits de ferme (autres que le lait de transformation et le blé) d'élaborer des plans de commercialisation nationaux ou régionaux.

Le Conseil national informe le ministre fédéral de l'Agriculture de toutes les questions entourant l'établissement, le fonctionnement et le rendement des offices nationaux de commercialisation. Le Conseil national a le pouvoir de convoquer des audiences publiques et d'entendre des appels relatifs au fonctionnement des offices, et il peut se prononcer sur tout projet de création d'un nouvel office.

Le Conseil national a quatre grandes responsabilités, qui lui sont confiées en vertu de la *Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme*.

- Il informe le ministre de l'Agriculture de toutes les questions afférentes à la *Loi*.

- Il encadre les activités des Producteurs de poulet du Canada, de l'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO), de l'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD), de l'Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair, et de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie.

- Il collabore avec les offices pour promouvoir une mise en marché efficace dans le commerce interprovincial et d'exportation.

- Il consulte les provinces.

L'industrie laitière : une perspective nationale

La gestion des approvisionnements a été adoptée au Canada au milieu des années 1970 en tant que système de gestion et d'administration de l'offre de lait et de crème de transformation destinés à la fabrication de produits comme le beurre, le fromage, le yogourt et la crème glacée. Les politiques en vigueur dans l'industrie canadienne du lait sont fondées sur le système de gestion des approvisionnements. La Commission canadienne du lait, une société de la Couronne fédérale, favorise l'élaboration et la mise en œuvre de politiques et de programmes d'envergure concernant l'industrie laitière. Elle fournit un cadre pour la participation fédérale et provinciale à ces programmes.

Le Comité canadien de gestion des approvisionnements de lait (CCGAL) est un organisme national créé par les signataires provinciaux du Plan national de commercialisation du lait (PNCL), une entente fédérale-provinciale qui régit le système de gestion des approvisionnements de lait. Le CCGAL élabore des politiques et rend des décisions concernant le système de calcul pour le lait de transformation, et il supervise le Plan national ainsi que l'Entente globale sur la mise en commun des revenus du lait.

Le CCGAL est présidé par la Commission canadienne du lait. Des représentants des producteurs, des transformateurs et du gouvernement de chaque province assistent aux assemblées du CCGAL. Le Conseil national de l'industrie laitière (un regroupement de transformateurs), Les Producteurs Laitiers du Canada et l'Association des consommateurs du Canada ont également des représentants au comité, sans droit de vote. Le CCGAL traite d'importantes questions portant sur l'évaluation des besoins intérieurs, la répartition des contingents parmi les provinces, le retrait des surplus, et les activités d'exportation.

Au nom du ministre de l'Agriculture, des Pêches et de l'Aquaculture, la Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick est signataire du Plan national de commercialisation du lait, de l'Entente globale sur la mise en commun du lait de classes spéciales, et de l'Entente sur la mise en commun de tout le lait.

- Le Plan national de commercialisation du lait est une entente fédérale-provinciale qui fournit le cadre de réglementation de la commercialisation des produits du lait et de la crème afin de répondre aux besoins intérieurs canadiens et à tous les besoins en lait de transformation au Canada.

- L'Entente globale sur la mise en commun du lait de classes spéciales est un accord entre les autorités des dix provinces signataires du Plan national de commercialisation du lait concernant la mise en commun des revenus de la vente des composantes du lait de classes spéciales utilisées pour desservir les marchés intérieurs et extérieurs.

- L'Entente sur la mise en commun de tout le lait est un accord entre les autorités des provinces de l'Île-du-Prince-Édouard, de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick, du Québec et de l'Ontario concernant la mise en commun des revenus de la vente des composantes de tout le lait produit et commercialisé dans ces provinces.

- Les règlements sur la commercialisation des produits laitiers, pris aux termes de la *Loi sur la Commission canadienne du lait*, attribuent au gouvernement fédéral la compétence en matière de commercialisation du lait de transformation et des produits laitiers dans le marché interprovincial et d'exportation.

Les offices et les commissions de commercialisation des provinces régissent la production et la commercialisation du lait sur leur territoire. Comme nous l'avons déjà indiqué, certaines activités de commercialisation relatives au lait de transformation relèvent conjointement du gouvernement fédéral et des provinces participantes en vertu de modalités établies dans le Plan national de commercialisation du lait.

En 1995, certaines clauses de l'Accord sur l'Organisation mondiale du commerce ont remplacé les restrictions quantitatives par des contingents tarifaires. Actuellement, les importations de certains produits laitiers au-dessus des niveaux historiques sont assujetties à des taux de droit hors contingent élevés. Ces taux élevés ont toutefois perdu cinquante pour cent de leur valeur en vertu de l'Accord sur l'Organisation mondiale du commerce actuellement en vigueur pour l'agriculture.

Organismes nationaux de gestion des approvisionnements

Les Producteurs de poulet du Canada

Cet organisme a vu le jour en 1978 en vertu d'une proclamation du gouverneur en conseil et de la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles*. L'organisme a ensuite conclu une entente avec les provinces pour une mise en marché ordonnées des poulets au Canada. La principale raison d'être des Producteurs de poulet du Canada consiste à stabiliser et à ordonner le secteur national du poulet. L'organisme a pour mandat de mettre en place et de maintenir un secteur du poulet sain et rentable, au mieux des intérêts des producteurs et des consommateurs. Les Producteurs de poulet du Canada doivent :

- élaborer et mettre en œuvre un plan de commercialisation;
- établir une formule de répartition des quotas en vertu de laquelle la commercialisation du poulet dans les marchés interprovinciaux et d'exportation est autorisée;
- encourager la coopération dans tout le secteur de la production du poulet;
- délivrer des licences à toutes les parties concernées du secteur, dont les producteurs, transformateurs, transporteurs, grossistes et détaillants, qui œuvrent dans le commerce interprovincial ou d'exportation du poulet sur pied.

Les Producteurs de poulet du Canada gèrent un quota de production nationale, qu'ils répartissent ensuite entre les provinces après avoir consulté l'industrie. L'organisme fixe les niveaux de production à raison de six périodes de production distinctes.

Les Producteurs de poulet du Canada est un organisme sans but lucratif dont les coûts de fonctionnement sont financés par des prélèvements auprès de chaque producteur pour les poulets vendus, et ces prélèvements sont effectués par les offices provinciaux de commercialisation du poulet.

Office canadien de commercialisation du dindon

L'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) a été créé en 1974, par la proclamation du gouverneur en conseil de la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles*. Une entente ultérieure entre l'organisme national et les provinces a permis la création d'un système de mise en marché ordonnée du dindon au pays.

L'OCCD fixe le niveau annuel de production nationale de dindons. Des quotas de production sont attribués à chaque province selon une formule et un mécanisme de négociation. Les quotas attribués sont redressés pendant toute l'année à mesure que les données pertinentes deviennent disponibles (statistiques de production, placements de dindonneaux, stocks d'engraissement, et consommation de dindons). Chaque office provincial de commercialisation a la responsabilité de négocier ou de fixer ses prix.

Le financement de l'OCCD se fait par des redevances que perçoivent les offices de commercialisations provinciaux au nom de l'organisme national.

L'OCCD délivre aussi des licences aux particuliers et aux entreprises qui œuvrent dans le commerce interprovincial et dans les marchés d'exportation des dindons; il trouve des sources d'approvisionnement des stocks de dindons au Canada et à l'étranger pour le compte de transformateurs canadiens ayant des marchés prouvés, et il lance des campagnes de promotion du dindon auprès des consommateurs canadiens partout au pays.

Office canadien de commercialisation des oeufs

L'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO) a vu le jour en 1972 par proclamation du gouverneur en conseil et en vertu d'une entente fédérale-provinciale afin de stabiliser l'industrie canadienne des œufs. L'OCCO a le mandat suivant :

- établir le prix des oeufs à la ferme;
- réglementer les approvisionnements nationaux;
- retirer des marchés nationaux l'excédent d'œufs;
- encourager la consommation d'œufs.

L'OCCO régit la production nationale par l'attribution annuelle de quotas de production, qui sont ensuite répartis entre les producteurs provinciaux par les offices provinciaux de commercialisation. L'OCCO retire chaque semaine l'excédent de production du marché en acheminant les œufs excédentaires vers les régions en pénurie ailleurs au Canada, vers les transformateurs canadiens ou vers les acheteurs qui s'intéressent à l'exportation.

L'OCCO finance ses activités avec des prélèvements effectués sur chaque douzaine d'œufs vendue au pays. En 1975, l'OCCO a mis en place un mécanisme central de fixation des prix, qui repose sur une formule de calcul des coûts de production compte tenu de bénéfices raisonnables pour le producteur moyen. Ce mécanisme est fondé sur une étude indépendante des coûts, qui est mise à jour à intervalles réguliers, et il permet d'établir le prix à la ferme des oeufs dans chaque province.

Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie

À la différence des trois autres organismes sous la responsabilité du Conseil national des produits naturels, l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie fonctionne seulement depuis peu de temps. L'office a été créé en 2002 afin de promouvoir la commercialisation et la production des bovins de boucherie, du bœuf et des produits du bœuf. L'Office a pour objectif d'établir une source stable de fonds pour les activités de recherche, de développement et de promotion au moyen de prélèvements (ou redevances) sur le bœuf et les produits du bœuf canadiens et importés. En 2003-2004, l'Office a conclu des ententes avec plusieurs provinces sur les redevances et les services.